



Communication et organisation

32 | 2007

La ville dans tous les sens

Robert Sutton, Objectif zéro-sale-con

Paris : Vuibert, 2007, 184 pages

Hugues Hotier



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/403>

ISSN : 1775-3546

Éditeur

Presses universitaires de Bordeaux

Édition imprimée

Date de publication : 1 décembre 2007

Pagination : 236-238

ISSN : 1168-5549

Référence électronique

Hugues Hotier, « Robert Sutton, Objectif zéro-sale-con », *Communication et organisation* [En ligne], 32 | 2007, mis en ligne le 05 novembre 2010, consulté le 30 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/403>

Robert Sutton, Objectif zéro-sale-con

Paris : Vuibert, 2007, 184 pages.

Puisse ce titre ne vous point rebuter. Puissiez-vous même sans renâcler vous accommoder du sous-titre de cet ouvrage : « Petit guide de survie face aux connards, despotes, enflures, harceleurs, trous du cul et autres personnes nuisibles qui sévissent au travail ». Car ce livre traite d'un sujet capital. L'auteur, Robert Sutton, est Professeur de management à l'Université Stanford. Ses travaux portent notamment sur le harcèlement au travail et cette publication grand public serait drôle, voire savoureuse, si le sujet n'en était si terrible. De fait, Robert Sutton s'est spécialisé sans ce que les chercheurs en management nord-américains dénomment « comportement organisationnel » (*Organizational Behavior*) « dont l'objectif est de mieux comprendre les comportements que les organisations engendrent, favorisent ou autorisent, les processus qui les font naître, et les conséquences pour les individus et pour les organisations elles-mêmes. » (Hervée Laroche, Préface de l'édition française).

En ce sens, l'ouvrage pourrait s'inscrire dans la lignée de *Souffrance en France* (Christophe Dejours, 1998) ou de *Le harcèlement moral* (Marie-France Hirigoyen, 1998). Le premier incrimine le système économique générateur de souffrance au travail, le second les personnalités perverses qui s'épanouissent dans les organisations au détriment des gens ordinaires qui y travaillent. Sutton, en quelque sorte, se situe à la croisée de ces deux types d'explication. Pour lui c'est l'organisation elle-même qui favorise le développement des comportements abusifs des sales cons, quel que soit le système économique dans lequel elle s'inscrit ou qui la sous-tend.

« J'ai découvert l'objectif zéro-sale-con il y a plus d'une quinzaine d'années lors d'une réunion avec des collègues de l'Université Stanford. L'ambiance dans notre petit département était particulièrement stimulante et conviviale, à des années-lumière de la mesquinerie qui imprègne souvent la mentalité universitaire. Ce jour-là, notre président, Warren Haussman, animait une discussion concernant le recrutement d'un nouveau Professeur. L'un de mes collègues avança le nom d'un chercheur réputé, membre d'une autre faculté, ce qui provoqua le commentaire suivant d'un autre d'entre nous : "Ecoutez, peu importe que ce soit un prix Nobel ou autre... la seule chose dont je ne veux pas c'est d'un sale con qui gâcherait l'ambiance de notre groupe." [...] Et c'est ainsi que ce havre de paix qu'était notre département fut préservé. » (p.1).

Maintenant que je suis retiré de l'université, ou quasiment, je peux bien avouer que j'ai moi-même toujours tenté, lors des recrutements, de préserver notre havre de paix en m'efforçant de repérer les meilleurs chercheurs et les meilleurs pédagogues tout en me méfiant de ceux qui avaient acquis ailleurs une réputation de « sale con ». Mais, dieu merci, ce n'est pas de l'université que traite ce livre ! Et d'ailleurs pourrait-on trouver des « sales cons » à l'université ?

Rassurons tout de suite ceux qui, parfois, se sont repentis d'avoir eu un comportement excessif et d'avoir fait souffrir un collègue. Ce n'est pas d'eux qu'il est ici question. D'emblée, l'auteur établit une distinction entre le sale con occasionnel... vous ou moi (à la réflexion, plutôt vous) et le « sale con certifié ».

Comme les dénominations l'indiquent, le premier s'est laissé aller une fois ou l'autre à un comportement humiliant pour un de ses collaborateurs. Un excès si exceptionnel qu'il créa la surprise, un comportement inusité chez cet individu. Que celui qui n'a jamais bêché lui jette la première bière... Alors que le second est un récidiviste coutumier de l'outrance, notamment envers ceux qui occupent une position hiérarchique inférieure à la sienne. Celui dont les comportements résultent d'une nature tyrannique, voire sadique. Il en cite nommément quelques-uns. Des présidents de grandes sociétés anglaises ou américaines que les conseils d'administration se sont résignés à renvoyer en raison des dégâts que leur tyrannie générerait. Dans certains cas, il a suffi qu'une indiscretion permette à un journal de publier les mails (les maux ?) envoyés par le sale con à ses victimes, voire des témoignages directs desdites victimes. Les grandes compagnies anglo-saxonnes n'aiment pas ce genre de publicité et, à tout le moins dans les exemples rapportés, elles ont préféré se séparer de celui ou celle qui portait un grave préjudice à leur image. En tout cas ainsi en est-il aux Etats-Unis. Il arrive aussi que les administrateurs engagent un cabinet d'audit pour faire évaluer le coût financier des comportements excessifs de certains cadres et qu'ils comparent ce coût aux bénéfices rapportés par ces derniers. On évalue ainsi le temps passé par les hauts dirigeants ou par la DRH pour recoller les pots cassés aussi bien que les indemnités qu'il a fallu verser à des membres du personnel ayant pu faire valoir la nécessité dans laquelle ils s'étaient trouvés de quitter l'entreprise. Sans oublier le prix de la formation et le temps de mise en route des remplaçants. Là encore, Sutton fournit des exemples précis et chiffrés.

Malheureusement, Robert Sutton est américain. Il ne peut s'empêcher de faire suivre son intéressante démonstration, fondée sur ses propres observations aussi bien que sur des travaux scientifiques des plus

Bibliographie

sérieux menés par des sociologues du travail, par une série de conseils en forme de recettes. « *Ecoutez Léonard de Vinci et fuyez les connards* », « *Voyez vous comme les autres vous voient* » ou encore « *Sale con, connais-toi toi-même* »... Sans oublier les adages remplis d'un bon gros bon sens : « *Considérer ses collègues comme des rivaux ou des ennemis est un jeu dangereux* ». Voilà qui permettra au lecteur de ne pas sombrer dans la sale connerie qui guette tout un chacun. S'il a des doutes, il pourra se soumettre au test de la page 112 intitulé « *Test : Etes-vous un sale con certifié ?* » Rassuré mais constatant cependant qu'il n'est pas satisfait par l'organisation, il tirera profit de la « *trousse de survie* » que l'auteur fournit pour « *quand les sales cons sont au pouvoir* » (p.115).

On l'a compris, ce livre commence comme un compte-rendu de recherche en sociologie des organisations et s'achève comme la plupart des ouvrages à succès nord-américains qui fournissent des recettes pour maigrir sans trop se priver, parler en public sans trop faire d'efforts ou rencontrer Dieu sans trop renoncer au péché. En résumé, on recommandera la lecture des trois premiers chapitres de cet ouvrage jusqu'à la page 84.

Le chapitre 4 est intitulé : *Comment maîtriser le sale con qui est en vous*.

Hugues Hotier